

(به نام یگانه ی عالم)

ارتباطات تصویری

مدرس: خوشنویس



ارتباطات

- انتقال پیام از فرستنده به گیرنده توسط کانالهای ارتباطی به شرط تفهیم معنی و تاثیرگذاری.
- حال چنانچه پیامی که از طریق فرستنده ارسال می شود توسط گیرنده به طور کامل درک شود، ارتباط به صورت کامل شکل می گیرد ولی همیشه انتقال معنی و تفهیم آن
 - به صورت کامل صورت نمی گیرد
 - و گاهی ارتباط ناقص می شود



ارتباط تصویری

- ارتباط تصویری کامل ترین نوع ارتباط بعد از ارتباط غیر کلامی محسوب می شود. چرا که نیاز به ترجمه و تعریف ندارد و هر کس با هر میزان تجربه و هر سطح آگاهی می تواند با آن ارتباط برقرار کند و با توجه به تجربه و سطح آگاهی خود، برداشت خود را از پیام درون تصویر داشته باشد.



آشنایی اجمالی با وسایل ارتباط تصویری

- شناخت تکنیکی وسایل ارتباط تصویری این امکان را فراهم می سازد که حدود و میدان عمل این وسایل را بشناسیم تا برای تنظیم محتوا برای هر یک از آن ها، آگاهانه میزان هماهنگی بین فرم و محتوا را در نظر بگیریم.

- ارتباط تصویری از دو طریق انجام می پذیرد:
 - تصویر ثابت (طرح، نقش و عکس)
 - تصویر متحرک (فیلم)



مجموعه هنرهای زیبا به ۷ دسته تقسیم می‌شوند:



۱. - موسیقی •
۲. - هنرهای دستی مانند مجسمه سازی، شیشه گری، و ... •
۳. - هنرهای ترسیمی شامل نقاشی، خطاطی، و ... •
۴. - ادبیات شامل شعر و داستان، نمایشنامه، فیلمنامه و نثر •
۵. - معماری •
۶. - رقص و حرکات نمایشی •
۷. - هنرهای نمایشی شامل سینما، تئاتر، و



۸- روابط عمومی



نقاشی



- نقاشی یا نگارگری فرآیندی است که طی آن رنگ بر روی یک سطح مانند کاغذ یا بوم ایجاد نقش می‌کند و اثری خلق می‌شود.
- فردی که این فرآیند توسط او انجام می‌گیرد نقاش نام دارد.
- نقاشی یکی از رشته‌های اصلی هنرهای تجسمی است و قدمت آن به تشکیل زندگی اجتماعی انسان اولیه باز می‌گردد. نقاشی‌های یافت‌شده در غارهای محل سکونت انسان‌های اولیه، حاکی از آن است که اعضای نخستین اجتماعات انسانی با ترسیم نقش حیوانات و شکارشان به نوعی خود را آماده مقابله با محیط خارج از غار می‌کرده‌اند



عکاسی

- در لغت به معنای فن عکسبرداری است و به عمل و شغل عکاس نیز گفته می‌شود.
- این هنر در اکثر زبان‌های جهان فتوگرافی (photo graphy) خوانده می‌شود که ترکیبی از دو کلمه یونانی فتو (photo) به معنای نور و گرافی (graphy) به معنی ثبت یا نگارش است. بنابراین، فتوگرافی به معنای نقش کردن با نور است.
- و ثبت عکاسی عبارت است از





عکاسی عبارت است از ثبت و ایجاد تصویر
که در دو مرحله انجام می‌پذیرد:

نخست، به دست آوردن تصویر به وسیله دوربین و ثبت آن روی
نگاتیو یا گیرنده تصویر الکترونیکی

و دوم، ظاهر کردن تصویر مخفی حاصل از دوربین عکاسی و
پایدار کردن آن.

در این فرآیند، دریافت و ثبت نور بر روی یک سطح حساس به
نور، مانند نگاتیو یا گیرنده تصویر، باعث می‌شود الگوهای نوری
بازتابیده یا ساطع شده از اشیا بر روی سطح حساس به نور (نقره
کلرید یا گیرنده) تأثیر بگذارد و باعث ثبت تصاویر شود

- عکاسی دارای سه جنبه علمی، صنعتی و هنری است.



- به عنوان یک پدیده علمی متولد شد،
- به شکل یک صنعت گسترش یافت
- و به عنوان هنر تثبیت شد



تلویزیون



- تلویزیون به عنوان رسانه تصویری از قدرت و نفوذ چشمگیری برخوردار است.
- این جعبه جادویی به سادگی قادر است افکار عمومی را شکل دهد و با **قدرت نفوذی** پیچیده، جامعه را به شکلی واحد درآورد.
- برای شناخت قدرت نفوذ تلویزیون، ابتدا عوامل مسبب تحکیم ارتباط با تصاویر تلویزیونی، بررسی می‌شود.
- این عوامل عبارتند از:
- تصویر تلویزیون با گروه **عظیم مخاطبان** و در نتیجه آگاهی همگان، اعتباری برای قبول پیام است.
- هر یک از برنامه‌های تلویزیونی بر اساس **خط مشی و محاسبه دقیق طراحی و از قبل برای پخش آماده می‌شود.**
- **باتوجه به همزمانی تماشای گروه کثیری از مخاطبان با تماشاگر برنامه‌های تلویزیونی، به دریافت پیام‌ها، بیننده تلویزیون در خود احساس اعتماد و در سیستم اجتماع بودن دارد.**



سینما



- سینما شاخه‌ای از هنر است که در آن داستان با دنباله‌ای از تصاویر متحرک (فیلم) نمایش داده می‌شود. اثر سینمایی که به آن فیلم سینمایی می‌گویند، از عناصر تصویر (مجموعه‌ای از فریم‌ها) و صدا (گفت‌وگو، صدای زمینه و موسیقی) تشکیل شده‌است.
- هر فیلم براساس فیلم‌نامه و یا سناریو و مجموعه‌ای از بازیگران، کارگردان، فیلم‌بردار و عوامل دیگر ساخته می‌شود.
- سینما جدیدترین شاخه هنر، معروف به هنر هفتم است که امروزه، یکی از عمومی‌ترین و محبوب‌ترین تولیدات هنر تصویری را ارائه می‌دهد.
- سینما همچنین به محل بخش عمومی فیلم سینمایی نیز گفته می‌شود.

تفاوت های تکنیکی عکاسی و سینما:



- **حرکت:** در عکاسی حرکت وجود ندارد.
- اما در سینما، مخاطب حرکت هنرپیشه ها را روی پرده می بیند.
- **زمان:** در عکاسی زمان برای تماشای عکس نامحدود است.
- اما در سینما، تصاویر برای مدت زمان معینی برای مخاطب قابل رویت است.
- **صدا:** در عکاسی مخاطب با صدا سر و کار ندارد.
- اما در سینما، صدا یکی از عمده ترین ابعاد مکمل تصویر محسوب می شود

تفاوت های تکنیکی سینما و تلویزیون

- تلویزیون به عنوان یک وسیله مهم ارتباطی جهان امروز در اکثر منازل حضور دارد.
- اما در سینما این مخاطب است که باید در فرایند ارتباط از طریق تصویر شرکت کند.
- کیفیت تصویر تلویزیونی به دلیل ماهیت تکنیکی، در مقایسه با سینما پایین و ضعیف است و از کیفیت پایین تری برخوردار است.
- اندازه تصویر در تلویزیون کوچک است و تماشاچی نمی تواند از تصاویر بزرگ استفاده کند.
- اما در سینما تصاویر بزرگ است و تماشاگر در برابر تصویر سینما در وضعیت متفاوتی قرار می گیرد.
- صدا در تلویزیون یک بانندی است.
- اما در سینما چند باند همراه با تصویر بزرگ از کیفیت نفوذی خاصی برخوردار است.
- در سینما، تصویر بزرگ روی پرده باعث می شود تک تک اجزای داخل تصویر بر مخاطب تاثیر بگذارند.

تفاوت های اثرات نفوذی تصویر تلویزیونی با تصویر سینمایی

- تفاوت های موجود بین این دو وسیله باعث به وجود آمدن دو فضای متفاوت و مستقل ارتباطی با مخاطب شده است:
- پیام تصویر تلویزیونی با گروه زیادی از مخاطبان ارتباط برقرار می کند. اما در سینما تصویر برای گروه کوچکی از مخاطبان پخش می شود.
- پیام تصویر سینمایی در زمانی طولانی به گروه محدودی از مخاطبان انتقال می یابد.
- اما پیام تصویر تلویزیونی در زمانی کوتاه به گروه کثیری از مخاطبان منتقل می شود.
- در تلویزیون پیام به دفعات تکرار می شود.
- اما در سینما هر بار گروهی تازه در جریان فرایند ارتباط قرار می گیرند.
- در تلویزیون حق انتخاب برای بیننده کمتر از سینماست.
- در تلویزیون مسائل حاشیه ای و جانبی سبب می شود ارتباط به طور کامل شکل نگیرد.
- اما در سینما ارتباط به صورت کامل شکل می گیرد.
- مخاطب مخالف تصویر سینمایی در قالب فیزیکی و ترک سالن سینما مخالفت خود را نمایش می دهد.
- واکنش مخالف مخاطب تلویزیون در خاموش کردن آن نمود می یابد.

هنر های تجسمی

- آن دسته از هنر هایی هستند که با چشم دیده می شوند و عینی هستند مانند: معماری، نقاشی، مجسمه سازی، سینما و عکاسی که هنر های بصری هستند. ارتباطات تصویری از دوران نقاشی در غارها در دوران نخستین آغاز گردیده و سپس در طول سالها پیشرفت به شکل امروزی در آمده است.



- هر ارتباطی است که از طریق تصویر دیده و درک می شود که دارای ۵ عنصر است:

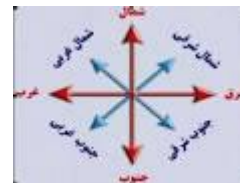
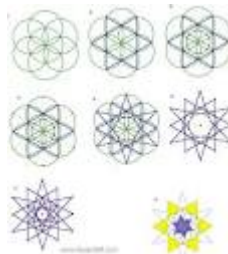
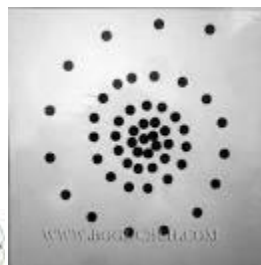
- نقطه

- خط

- شکل

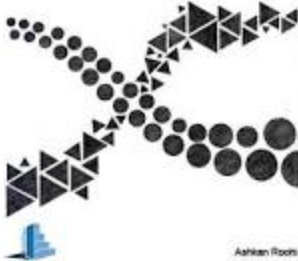
- جهت

- رنگ



(۱) نقطه:

- هر ضربه ای که به یک سطح وارد شود نقطه گفته می شود. در واقع نقطه، اثری است که با ضربه و گذاشتن و برداشتن آن ضربه بر یک سطح ایجاد می شود.



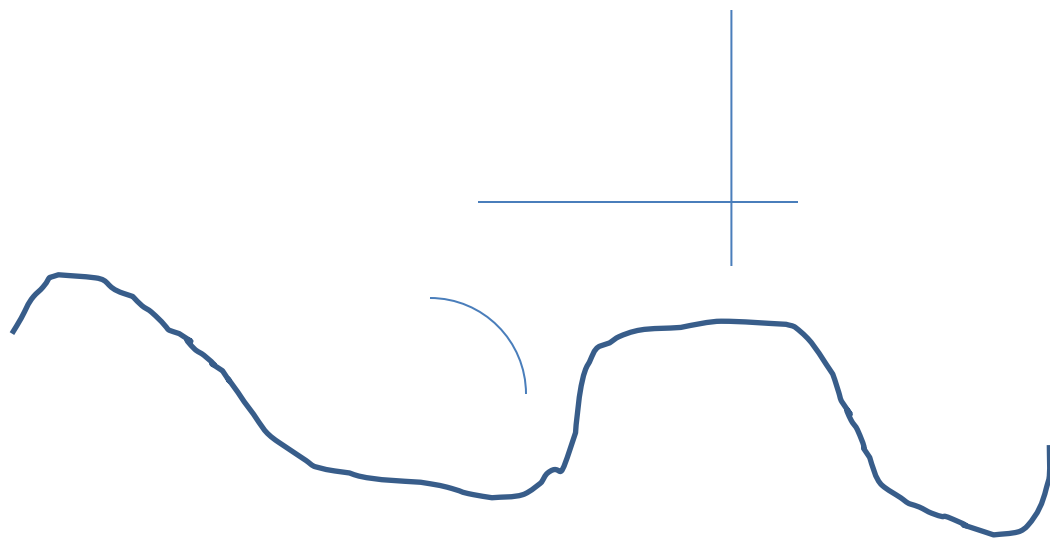
- نقطه ها در کنار هم ایجاد نظم می کنند
 - و به انسجام می رسند



- چنانچه در کنار هم نباشند و پراکندگی در نقاط وجود داشته باشد از یکپارچگی و انسجام خارج می گردند
- می گردند

۲) خط:

- از پشت هم قرار گرفتن نقاط ، خط تشکیل می شود. پس در واقع خط تجمع پشت سر هم نقاط است. خطوط به صورتهای مختلف وجود دارند از قبیل:



- خط عمودی
- خط افقی
- خط مورب
- خط مارپیچ.

انواع خطوط نماد :

خط مورب	خط عمودی	خط افقی	خط ماریج یا منحنی
سراشیبی کوه، سرسره	انسان ایستاده، ساختمان، چارچوب، درخت	خیابان، انسان خوابیده، آسمان، دریا	پیچ جاده، حرکت مار
عدم تعادل، تحرک، خشونت، پویایی	استواری، ایستادگی، استقامت، قدرت	سکون، آرامش، تعادل، اعتماد	نرمی، لطافت، ملایمت، سیال بودن
	نماد		مانند

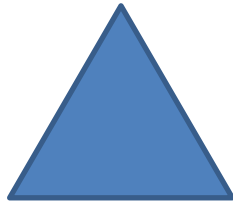
۳) اشکال

- اشکال به صورتهای مختلفی وجود دارند که به چند نمونه در زیر
- می پردازیم:
- **دایره:** شکل کاملی است (به لحاظ دوران و چرخشی که ابتدا و انتها ندارد (حس گردش، حرکت و چرخیدن دارد).
- با دیدن اشکال دایره ای شکل می توان به **تکرار و حرکت** جاودانه و مستمر در طبیعت پی برد.
- مانند آنچه که در زندگی انسان در جریان است (آمدن شب و روز، هفته ها، فصل ها و سال ها)
- بنابراین اشکال دایره ای شکل حس درون گرایی و بسته بودن را به انسان می دهند. همینطور مانند خورشید گرما، نور، زنده بودن، آرامش و بی انتها بودن را به انسان منتقل می کند

مثالت:

-

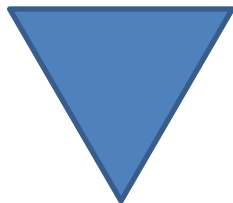
- شکل (۱) مانند کوه، حس استواری



- شکل (۲) حس ناپایداری، تزلزل، عدم نظم را ایجاد میکند.

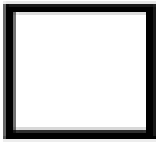
- سطحی مهاجم و شکلی ستیزنده و حالتی متحول و پویایی

دارد



مربع:

- تشکیل شده از خطوط عمودی و افقی است.
- چهارخط (چهار ضلع و چهار زاویه مساوی) به دور هم که تشکیل یک چهارخانه را میدهد.
- که مظهر قدرت زمین و سر پناهی امن می باشد
- اگر فضای آن خالی باشد
- نشانه (فضا و حس منفی بودن)
- و اگر یک چهارخانه پر باشد
- نشانه (فضای مثبت و حس بودن) را به
- انسان می دهد.



۴) رنگ ها

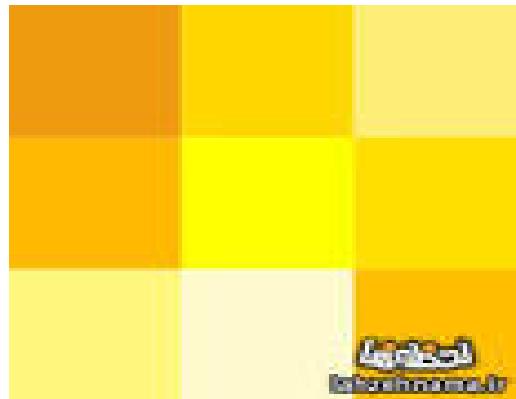
- رنگها برای مخاطبان حس های گوناگونی را به وجود می آورد.
- در هنرهای تجسمی رنگ ها بسیار مهم و تاثیر آنها بسیار حائز اهمیت است.
- رنگها در دو نوع سرد و گرم هستند. سه رنگ اصلی در رنگها زرد، آبی و قرمز است



که رنگهای دیگر از ترکیب آنها به وجود می آید

زرد رنگ :

- نور ، گرما ، شک ، تردید ، بی اعتمادی
- و محتاط بودن به شخص را میدهد



رنگ قرمز

- دارای حس جذابیت است

- و افرادی که به رنگ قرمز علاقمندند دارای اعتماد به نفس، خونگرم، رابطه خوب اجتماعی، زندگی پر از احساس و عاشقانه و دوستدار جامعه هستند.

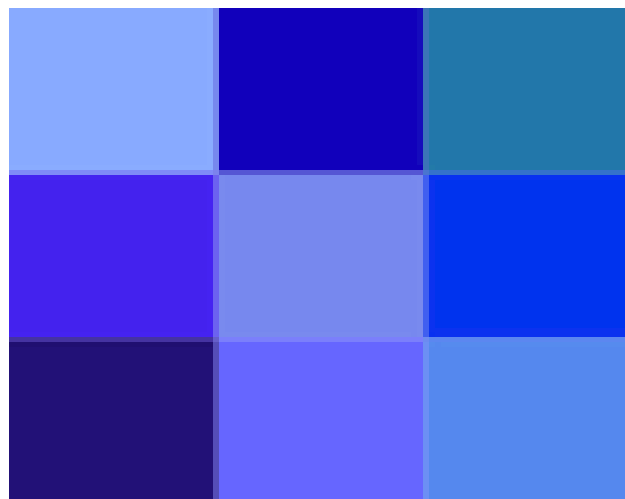
گرما، نور، آرامش، خطر، فوریت یک امر، انقلاب، مبارزه، عصبانیت و نیز حالات محبت، زندگی، عشق و عاطفی را دارا می باشد.

از رنگ قرمز بیشتر در صنعت غذا سازی و دکوراسیون رستورانها به جهت جلب مشتری و نیز ایجاد اشتها استفاده می گردد



رنگ آبی:

سرد ، درون گرا ، بی حرکت و ملایم است .
از رنگ آبی بیشتر در محل هایی که مکان استراحت و آرامش است ، استفاده می شود .
آبی ، رنگی برای سکون ، آرامش و خواب است .



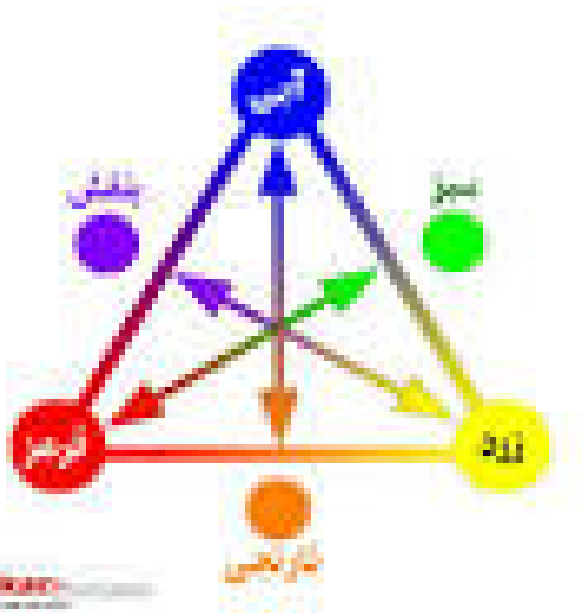
رنگ های درجه ۲ (فرعی) :

- که از ترکیب سه رنگ اصلی به وجود می آیند.

- زرد + قرمز = نارنجی

- زرد + آبی = سبز

- قرمز + آبی = بنفش



-

- و بقیه رنگها، رنگهای درجه ۳ نامیده می شوند



تأثيرات بصری و روانی رنگ ها



- رنگ قرمز: انرژی / هیجان / قدرت / نشاط
- رنگ آبی: سرد / درون گرایی
- رنگ سبز: رویش / طبیعت / فعالیت
- رنگ نارنجی: بلوغ / نوجوانی / شادابی / وجد آور
- رنگ بنفش: مرموز / ابهام آور
- حال اگر کمی قرمز به آبی اضافه شود از حالت تحرک آن کم می شود و اضافه کردن مقداری زرد به قرمز به حرارت آن می افزاید.



- رنگ زرد: ناپایداری / شک / تردید / بی اعتمادی

يا مقلب القلوب والابصار

• سال نو مبارک



عکاسی:

- **Photography**: ثبت نور در زبان یونانی معنی می دهد
ثبت- نگارش : **graphy**: نور **photo**: دهد

• مراحل عکاسی:

- ۱- به دست آوردن تصویر به وسیله دوربین و ثبت آن روی نگاتیو یا گیرنده الکترونیکی. یعنی نور از جسم به نگاتیو خورده (صفحه حساس به نور) و ثبت می شود.
- ۲- عکس مخفی را ظاهر می کنیم یعنی از داخل نگاتیو عکس را ظاهر می کنیم (ثبوت و ظهور)

۲ مدل دوربین وجود دارد:

- ۱- دوربین آنالوگ ۲- دوربین دیجیتال
- فرآیند دوربین آنالوگ:
- نور ساطع شده از اشیاء به **نگاتیو** سبب ثبت تصویر در نگاتیو می شود. **دوربین های آنالوگ حافظه، پردازشگر و سنسور ندارد.**

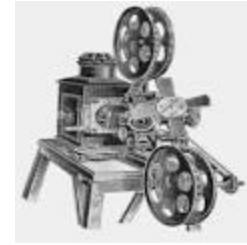


فرآیند دوربین دیجیتال:

- پرتوها نور به سنسور اصابت کرده و تبدیل به سیگنالهای الکترونیکی شده و سپس به پردازشگر ارسال شده و سپس به دیتاهای دیجیتالی تبدیل شده و در نهایت در کارت حافظه ذخیره می شود.



تاریخچه عکاسی:



- در گذشته های دور (سده ۴-۵ ق.م) اقلیدس ریاضی دان، یونانی نحوه کارکرد **دوربین سوراخ سوزنی** را این گونه شرح داد:
- وی اتاق تاریک را طراحی کرده_ در جهت رد نظریه ی قدیمی که ، می اندیشیدند از چشم به شیء نور ساطع می شود ، زیرا این در حالی است که اکنون مشخص است که، این اشیاء هستند که نور ساطع می کنند و به چشم می خورد و ما قادر به دیدن شیء هستیم_
- وی پایه گذار اولین دوره عکاسی بوده است:

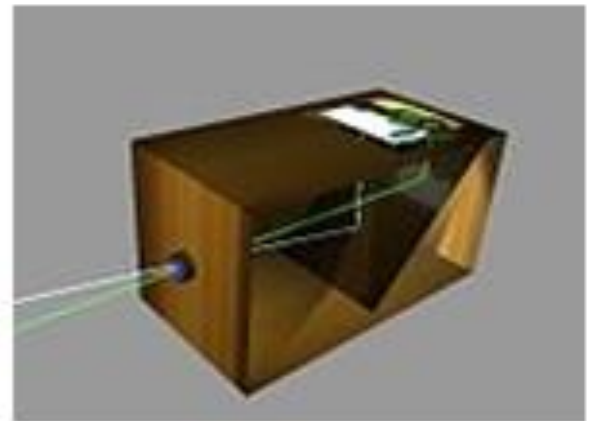
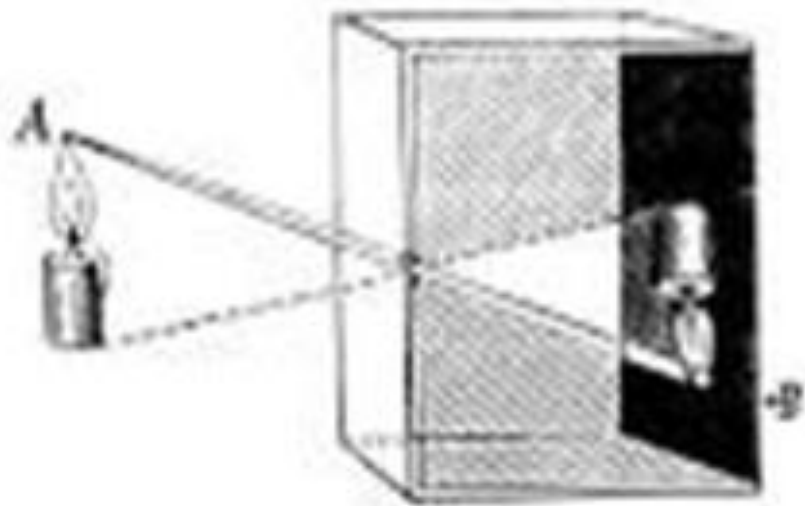
نحوه کارکرد دوربین تاریکخانه‌ای و اتاق تاریک

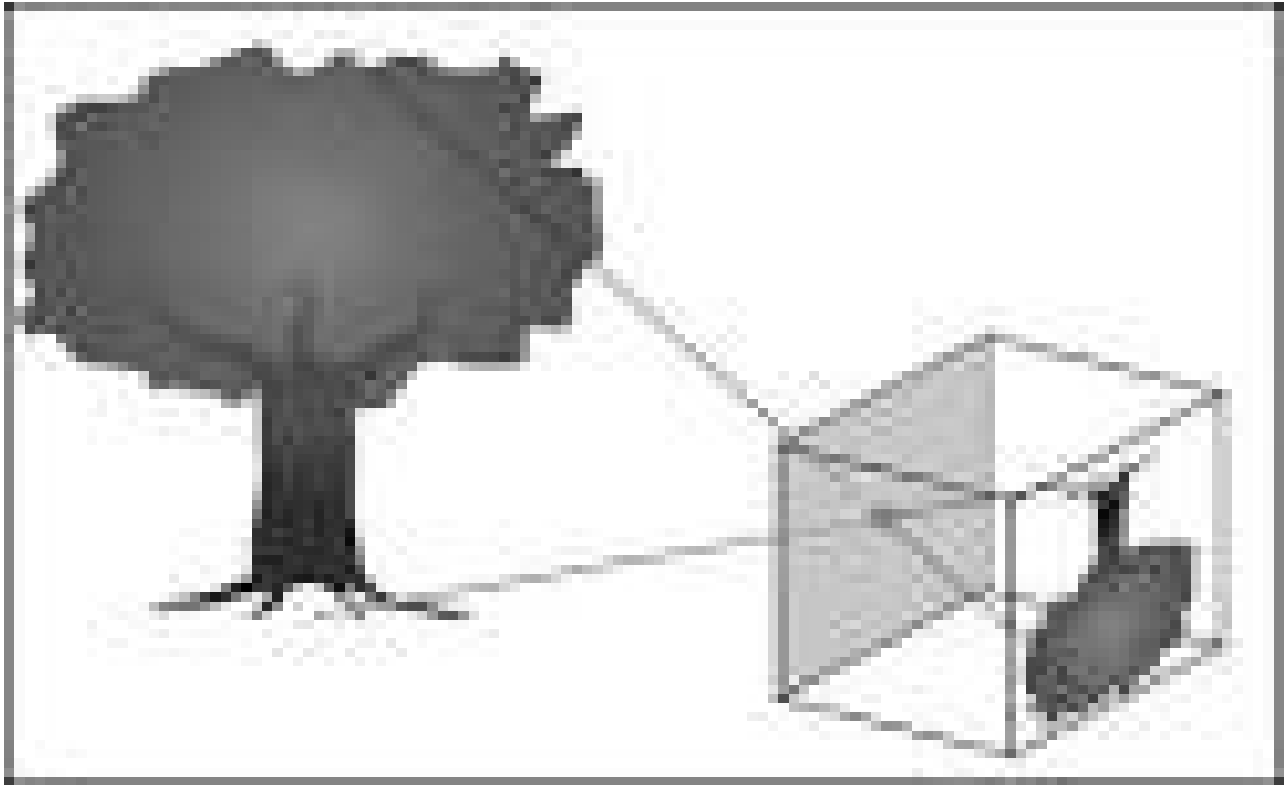
- اتاق تاریک منجر به تکامل عکاسی و پیدایش دوربین عکاسی شد. اتاق تاریک عبارت از اتاقی بدون پنجره است که به جز روزنه‌ای که بر یکی از دیوارهای اتاق تعبیه شده، هیچ نوری به آن وارد نمی‌شود.
- تصاویر یا چشم‌اندازهای روبه‌روی روزنه به صورت وارونه بر دیوار روبرویش بازتاب می‌یابد که قابل دیدن است.
- بعدها همین اتاق تاریک در ابعاد کوچک‌تر تبدیل شد به دوربین عکاسی، یعنی در برابر روزنه‌ای که وجود داشت ماده حساس به نور قرار می‌دادند تا تصاویر بازتابش یافته، ثبت و ضبط شوند.



- اولین دوربین عکاسی بسیار ساده بود. **لنز نداشته . نور از سوراخ کوچکی وارد شده .**
- این دوربین در اصل جعبه یا اتاقکی است که فقط بر روی یکی از سطوح آن روزنه ی ریزی وجود دارد و عبور از این روزنه باعث میشود که **تصویری نسبتا واضح اما وارونه** در سطح مقابل ایجاد شود.
- نوعی دوربین آنالوگ توسط **ادوین لند** اختراع شد.
- ظهور فیلم فوری که بلا فاصله پس از عکسبرداری، نسخه چاپ شده عکس پرینت می شد و در دسترس قرار می گرفت . مانند عکس هایی که در دوران کودکی در اماکن مختلف گرفته می شد و در کمتر از یک دقیقه عکس گرفته می شد.

اتاق تاریک





ساختمان یک دوربین:

- (۱) لنز: مجموعه ای از عدسی ها هستند که وظیفه ایجاد تصویر دقیق بر روی فیلم دوربین آنالوگ یا حسگر (سنسور) دوربین دیجیتال را دارد.
- (۲) بدنه: جعبه و چارچوبی اصلی است که در آن لنز، صفحه فیلم و یا در دوربینهای دیجیتال سنسور در آن قرار دارد.
- (۳) صفحه حساس: اگر دوربین آنالوگ باشد صفحه حساس فیلم
- و چنانچه دوربین دیجیتال باشد صفحه حساس را سنسور می گویند.
- (۴) دیافراگم: وظیفه تنظیم نور و عبور از آن را دارد. روزنه ای در دوربین است که کم و زیاد کردن نور را بر عهده دارد مانند مردمک چشم.
- دیافراگم جزئی از لنز دوربین می باشد.

دوربین های دیجیتال جانشین دوربین آنالوگ



- مراحل زیروظیفه ثبت عکس را در دوربین دیجیتال نمایش
- می دهد و در دوربین آنالوگ کلیه این مراحل در فیلم عکاسی رخ میدهد و فاقد پردازشگر و کارت حافظه می باشد.

- پرتوهای نور ----- بر خورد با سنسور ----- تبدیل به سیگنالهای
الکترونیکی ----- ارسال به پردازشگر ----- تبدیل به دیتاهای دیجیتالی -
----- در کارت حافظه ذخیره می شود/

تلویزیون:

- تلویزیون را جزو رسانه های قدرتمند ، با نفوذ زیاد و قدرت جذب مخاطبان خود می دانند. و قادر است بر افکار عمومی مسلط شود.



نکات منفی چشم اندازهای دنیای ارتباطات الکترونیک

- ۱- کاهش حرکت
- ۲- تاثیرپذیری مفرط
- ۳- تعدی به حریم آموزشی
- ۴- تنازع درونی خانواده
- ۵- اختلاط فیلم و واقعیت

•

نکات منفی چشم اندازهای دنیای ارتباطات الکترونیک

- کودکان از جلوی تلویزیون تکان نمی خورند.
- ۲- تغذیه خود را در جلوی تلویزیون میل می کنند بنابراین سبب کاهش تحرک و در نتیجه تنبلی می شود.
- ۳- تأثیر پذیری مفرط در آنان اتفاق می افتد چون شخصیت آنان شکل نگرفته است لذا از تلویزیون سریعاً تاثیر می گیرند که این حالت مشکلی برای خانواده فراهم می کند.
- ۴- وسایل ارتباط جمعی از جمله تلویزیون سبب گردیده تا دانش آموزان به جای اینکه به درس خود برسند وقت بیشتر خود را صرف دیدن تلویزیون کند و پدر و مادر همواره در حال تقابل با کودک هستند تا به بهترین نحو به درس خود برسد که این نوعی تنازع در خانواده پدید می آورد
- ۵- کودکان نمی توانند بین واقعیت و دروغ تفکیکی قائل شوند. به طور مثال وقتی چتربازی در تلویزیون نشان می دهند که در حال چتربازی است کودک هم می خواهد همان کار را انجام می دهد. پس این کودک متوجه تفاوت فیلم و واقعیت نشده که می خواهد همان عمل را انجام دهد که خود خطری جدی برای خانواده می باشد

نظریات مارشال مک لوهان کانادایی



۱- وسایل سرد و گرم

- تلویزیون + تلفن = سرد: وسایل ارتباطی هستند که تمامی احساس را به حرکت در می آورد و با مشارکت حس های بیشتری را در بر می گیرد.

- رادیو + عکس = گرم: چنانچه تنها یک حس تحریک شود، وسایل ارتباطی گرم نامیده می شوند.

۲ وسایل در امتداد حس ها:

هر کدام از وسایل ارتباط جمعی در امتداد یک حس کار می کنند.

- چاپ (بینایی) = گرم /
- رادیو (شنوایی) = گرم /
- تلویزیون (بینایی، شنوایی) = سرد

۳ اسیر حرکت تاریخی :

- عصر شفاهی:
- صحبت کردن از طریق حس شنوایی، در این عصر آموزش از این طریق صورت می گرفته است. ارتباطات به صورت چهره به چهره و سینه به سینه بوده است.

- .

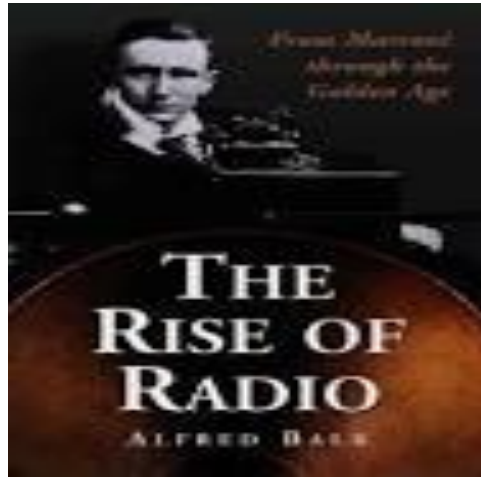
عصر گوتنبرگ:

- از آن به عنوان انقلاب فرهنگی دوم یاد می کنند. انقلاب فرهنگی اول اختراع خط بود که از این عصر به بعد وارد انقلاب فرهنگی دوم شدیم. با اختراع صنعت چاپ اتفاقات بیشتری رخ داد. در گذشته مردم با دست می نوشتند و کتاب و آموزش گران بود و زمان طولانی برای نسخه برداری صورت می گرفت. اما پس از اختراع صنعت چاپ کتابها راحت تر در دسترس عموم مردم قرار گرفت و آموزش همگانی شد. در عصر شفاهی آموزش مردم در ارتباط مستقیم با هم بودند اما در عصر چاپ مردم منزوی و تنها شده و کتابها را در خلوت خود می خواندند بنابراین تنها شدند و ارتباطات چون به صورت بینایی بود، فردگرایی رخ داد.



عصر مارکونی

- :
• بینایی، شنوایی (در سال ۱۹۲۰ رادیو اختراع شد) (۱۹۳۰ تلویزیون اختراع شد) کاملترین عصر، عصر مارکونی است.





عصر الڪٽرونيڪ



ویژگی چشم اندازهای دنیای ارتباطات الکترونیک

۱. آموزش همه جایی: به این معنی است که در گذشته آموزش تنها به مدرسه منحصر بود ولی امروزه با آمدن تلویزیون و سایر وسایل ارتباط جمعی آموزش وسعت بیشتری پیدا کرده است. لازم به ذکر است در این عصر آموزش از طریق اینترنت، رادیو و تلویزیون و ... و صبح و ظهر و شب ... و برای هر سن و جنسی صورت می گیرد. یعنی تلویزیون به صورت منحصر نقش آموزش را بر عهده ندارد بلکه سایر وسایل ارتباطی نیز به این حیطة پیوسته اند.

۲) آموزش غیر تجربیدی:

- در گذشته آموزش تنها منحصر به گفتار استاد یا معلم در سر کلاس می شد و از ابزاری مانند فیلم و عکس و ... استفاده نمی شد ولی امروزه آموزش به صورت غیر تجربیدی است یعنی با استفاده از فیلم، تصویر و صدا به صورت مستند استفاده می گردد و با بهره گیری از این ابزار قدرت درک شخصی که آموزش می بیند بالاتر رفته و آموزش ها به صورت تصویری و چند بعدی صورت می گیرد که این روش موثرتر می باشد. به طور مثال سی دی های آموزشی نیز بسیار تاثیر گذارتر و لذت بخش تر است. در حالی که در گذشته آموزش اجباری بوده ولی اکنون با وجود امکانات آموزشی گسترده تر تاثیرگذاری آنها نیز بیشتر می شود. به طور مثال بیشتر مدارس مجهز به اینترنت گردیده و دانش آموزان به صورت سمعی و بصری آموزش می بینند. انیمیشن، لوگو، موسیقی و ... در خدمت آموزش هستند.

(۳) آموزش چند بعدی:

۱. وقتی کودک آموزش می بیند در دوره کنونی هم می تواند ببیند و هم بشنود و نیز با لوگو، موسیقی و ... علاوه بر آنکه از آموزش لذت می برد و بهتر می آموزد ، بلکه گذر زمان را نیز حس نمی کند.

۴) فراغت آموزشی یا فرهنگی:

۱. در قدیم کودکان پس از فراغت از تحصیل و مدرسه بیشتر وقت خود را صرف بازی در کوچه با سایر همبازی های خود می کردند. یعنی اوقات فراغت آموزشی نبوده است.
۲. اما در حال حاضر کودکان به محض سر رفتن حوصله شان به سراغ وسایل ارتباط پیشرفته تکنولوژیک پیش می رود، بنابراین آموزش نیز در همین اوقات فراغت صورت می گیرد.

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ
اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ الَّذِیْ
خَلَقَ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضَ
وَجَعَلَ الرَّسُوْلَ مِنْ
اَنْفُسِهِمْ یَتْلُوْا
اٰیٰتِہٖ الْحَمِیْمِ
یَا اَبُو سَیْدٍ



اصول نقد فیلم

- نقد فیلم بر دو دسته است
- : ۱- **نقد آکادمیک**: توسط محققان و اندیشمندان به صورت علمی صورت می گیرد.
- (۲) **نقد ژورنالیستی**: صاحبان رسانه و روزنامه ها و رادیو و تلویزیون انجام می دهد. در این نقد منتقد الزاما روزنامه نگار نیست بلکه می تواند از اینترنت و ماهواره نیز کمک بگیرد. همچنین نقد ژورنالیستی به **زبان عامیانه** نگاشته می شود



- آنچه از نقد در نظر اول به ذهن متبادر می شود، **ایراد و اشکال گرفتن** از یک کار یا اثر علمی و هنری است، اما در واقع نقد نه ایراد و خرده گیری است نه اشکال تراشی، بلکه **علم ارزیابی و سنجش میزان اعتبار علمی یک** اثر است که مانند سایر رشته های علمی، **قواعد و اصول خاص** خود را دارد که به آن «**روش شناسی نقد**» گفته می شود.

واژه نقد



- واژه نقد و نقد کردن
- در قدیم به معنای تعیین عیار سکه طلا و تشخیص سکه واقعی از سکه قلب بوده است،
- اما امروزه در یک مفهوم کلی به معنای قضاوت و ارزیابی درباره اعمال، افکار و آثار دیگران است و آنچه بیشتر از نقد به طور اخص مدنظر است سنجش و ارزشیابی دقیق و علمی درباره آثار و دستاوردهای علمی نویسندگان، هنرمندان و دانشمندان در تمامی حوزه‌های دانش بشری است





- نقاد می بایست نگاهی علمی داشته باشد و به علوم انسانی مانند: جامعه شناسی، ادبیات و روانشناسی مسلط باشد. زیرا یک فیلم به همه این عوامل بستگی دارد.

- در تحلیل فیلم بهتر است به چهار عنصر:
 - (۱) شرایطی که پیرامون ایجاد هر فیلم وجود داشته است،
 - (۲) تکوین و ساختمان فیلمنامه فیلم،
 - (۳) مسائل خاص کارگردانی هر فیلم
 - (۴) برآورد نتایج تجاری و هنری فیلم توجه شود.



شاخه های سینما:



- **سینمای داستانی:** داستان گویی در سینما اهمیت ویژه ای دارد . طرح نمونه وار آثار ملودرام رسیدن به عشق و زندگی بهتر در پایان ماجرا به واسطه تلاش است . یا سینمای وسترن فرزند نوعی اسطوره یا افسانه باوری میان انسانهاست . به طور کلی **فیلم داستانی به بسط و پیشبرد یک طرح داستانی توجه دارد .**

- **سینمای مستند:**

سینما با سینمای مستند آغاز شده است

- **فیلم مستند شرح و تفسیری است بر واقعیت یک مضمون و تنظیم دوباره آن .** سینمای مستند بر این اندیشه مبتنی است که از ظرفیت سینما می توان در مشاهده و گزینش از خود زندگی در یک شکل هنری نو و زنده بهره برداری کرد .

تاریخچه سینمای مستند:



- سینمای مستند با برادران لومیر آغاز شد.
- کارگران در حال خروج از کارخانه لومیر (۱۸۹۵): اگرچه از نمایش این فیلم به عنوان تولد رسمی سینما وارد تاریخ شده،
- اما این "ثبت رسمی" امروز با تردیدهای زیادی روبرو شده است



- ورود لوکوموتیو بخار به ایستگاه
- در همان سال تولید شد

• سپس ادیسون از مراحل کار خود در کارخانه فیلمبرداری کرد



- پس از آن **رابرت فلاهرتی** که آمریکایی بود در سال ۱۹۲۲ فیلم (نانوک شمالی) را ساخت که ۱۶ ماه در قطب زندگی کرد و از زندگی اسکیموها فیلمی تهیه کرده بود و پس از تدوین در سال ۱۹۲۲ این فیلم را پخش نمود.

- صنعت سینمای مستندبه دلیل ارزان قیمت بودن آن باب شد.

- **Robert Flaherty**



تاریخچه مستند در ایران



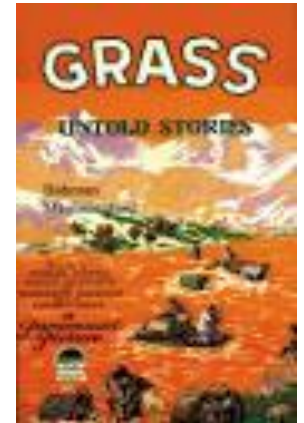
- در سال ۱۲۷۸ شمسی معادل با سال ۱۹۰۰ میلادی
- **میرزا ابراهیم خان عکاس باشی** به همراه مظفرالدین شاه در سفری به پاریس با صنعت سینما آشنا می شود و اولین فیلم مستند را از این سفر تهیه می کند.



او نخستین فیلم را در **مراسم جشن گلها**
فیلمبرداری کرد و سپس همراه شاه
به ایران بازگشت.

علف

- در سال ۱۳۰۳ شمسی معادل با سال ۱۹۲۴ میلادی فیلم مستند مردم نگاری با نام **علف** در خصوص **فرهنگ بختیاری** تهیه شد



خانه خدا

- در سال ۱۳۴۵ شمسی معادل با سال ۱۹۶۷ میلادی
- ابوالقاسم رضایی و جلال مقدم فیلم **خانه خدا** را تهیه و در سینما به اکران در آوردند و باعث جذب مخاطبان بسیار شدند



طبقه بندی انواع فیلم مستند:

۱. سیاحتگری (سفرهای مارکوپولو)

۲- گردشگری

۳- اجتماعی

۴- علمی

۵- شاعرانه (زندگی شاعران و فرهنگیان)

۶- تاریخ نگار

۷- قوم نگار



عوامل فیلم



- (۱) کارگردان
- ۲- تهیه کننده
- ۳- فیلمنامه نویس
- ۴- تدوینگر
- ۵- فیلمبردار
- ۶- طراح صحنه و لباس -
- (۷) نورپرداز و



رابطه و نقش عوامل مختلف فیلم

- بعد از کارگردان مهم ترین عناصر هنری فیلم، فیلمنامه، بازیگران، تدوین و فیلمبرداری هستند. از این رو رابطه کارگردان با این **چهار عنصر** اهمیت بیشتری دارد.
- در زمینه **فیلمنامه** باید گفت که این کارگردان است که فیلمنامه را تفسیر می کند.
- ومسئول نهایی القاء حس ها و اندیشه ها در کار **بازیگران** هم کارگردان است نه بازیگران.
- در زمینه **تدوین** نیز کارگردان نوعی تدوین درونی را پس از تدوین، فیلمنامه در سر صحنه اعمال می کند. هر چند مراحل نهایی تدوین فیلم بر عهده تدوین گر است.

• مسئول نظارت بر کارتدوینگر در یک فیلم چند نفرند :

• نویسنده فیلمنامه،

• کارگردان

• و تدوینگر

•



(۱) کارگردان:



- کارگردان پدیدآورنده یک فیلم است.
- کارگردان در تمامی مراحل تهیه فیلم از انتخاب فیلمنامه، انتخاب محل‌های فیلم‌برداری، گزینش تمام عوامل سازنده فیلم مانند گروه فنی و گروه هنری تا آماده شدن فیلم برای نمایش، حضور فعال و مستقیم دارد. پس از گزینش، رهبری آنها برای به وجود آوردن یک مجموعه هماهنگ را آغاز می‌کند.
- هر یک از عوامل فیلم باید به کارگردان، کارهای خود را توضیح دهند و در مقابل کارگردان نیز باید در برابر تهیه‌کننده پاسخگو باشد. هر کارگردانی شیوه فیلم‌سازی ویژه‌ای دارد.
- کارگردان‌های بزرگ، هر یک سبک خاصی در فیلم‌سازی دارند و آثارشان را می‌توان با توجه به ویژگی‌های کار آنها شناخت.

• کارگردان، اصلی‌ترین عامل تبدیل یک فیلم‌نامه به یک فیلم سینمایی، نمایش (تئاتر)، نمایش تلویزیونی (تله تئاتر)، فیلم پویانمایی و سریال تلویزیونی است. به همین دلیل یک اثر تصویر متحرک را به نام کارگردان آن می‌شناسند.

- مهم‌ترین کاری که یک کارگردان در جریان ساخت یک اثر تصویر متحرک انجام می‌دهد، **حفظ تم اصلی** کار در طی مراحل سه‌گانه پیش‌تولید، تولید و پس‌تولید است





- حرف اول را در فیلم های سینما کارگردان
- و در فیلم های تلویزیونی تهیه کننده می زند.
 - او باید مدام با تمام عوامل فیلم در ارتباط باشد.
- کارگردان فیلمنامه را می خواند و دکوپاژ (حذف و اضافه کردن قسمت های مختلف فیلمنامه) می کند.
- در واقع با دکوپاژ جزء به جزء فیلمنامه را از نظر صدایی، مکانی و ... تغییر می دهد.
- امکان دارد فیلمنامه از زمانی که به دست کارگردان می رسد تغییرهای متعددی می کند. در سینما کارگردان کلیدی ترین فرد است. کارگردان در پیش تولید، تولید و پس تولید فعالیت های اجرایی درون فیلم را انجام می دهد

دو دسته کارگردان داریم

- کارگردانی که خودش نوشته خود را کارگردانی می کند که به او **هنرمند - کارگردان** گفته می شود.
- کارگردانی که فیلمنامه توسط کس دیگری نوشته شده و او **دکوپاژ** می کند که به او **متخصص - کارگردان** گفته می شود.



۲) تهیه کننده:



- تهیه کننده یک فیلم فرد یا سازمانی است (شخص یا اسپانسر) که سرمایه و امکانات تهیه فیلم را تأمین و شرایط را برای درست کردن فیلم فراهم می کند. راه اندازی، هماهنگ سازی، رسیدگی و کنترل کارهایی از جمله جمع آوری پول مورد نیاز، به کارگیری افراد کلیدی، انتخاب فیلمنامه، انتخاب بازیگران و این گونه کارها بر عهده تهیه کننده است. تهیه کننده در تمام مراحل فرآیند فیلم سازی و برنامه سازی از توسعه تا تکمیل پروژه، نقش دارد. تهیه کننده بر تمام مراحل ساخت فیلم نظارت دارد.
- گاهی کارگردان، تهیه کننده نیز هست.
- در فرایند برنامه سازی رادیویی و تلویزیونی ، کلیدی ترین نقش را تهیه کننده اجرا می کند بر خلاف فیلم سازی سینمایی که در آن وظیفه ی مهم تشکیل فرم و ساختار فیلم اساساً متکی به دانش و خلاقیت کارگردان است. در سینما تهیه کننده صرفاً سرمایه گذار است.

۳) فیلمنامه نویسی:



- فیلمنامه متنی است که فیلم براساس آن ساخته می‌شود.
- هر فیلمنامه شامل شرح صحنه و گفت و گوهای فیلم است.
- فیلمنامه‌نویسی کاری چند مرحله‌ای است، که با **یک فکر خاص**، **یک داستان** یا **رمان شروع** می‌شود.
- گاهی برای یک فیلم، فیلمنامه‌ای اختصاصی نوشته می‌شود و
- گاهی یک داستان به صورت فیلمنامه در می‌آید.
- فیلمنامه پس از **تنظیم نهایی به کارگردان سپرده** می‌شود و کارگردان پس از مطالعه اثر و مطابقت آن با سلیقه و سبک خود، نسخه جدیدی از آن به وجود می‌آورد که به فیلمنامه مخصوص فیلم‌برداری مشهور است. در ایران این مرحله را **دکوپاژ (واژه فرانسوی) می‌گویند**. تمام گفتگوها در آن گفته می‌شود. گفتگو همان دیالوگ‌های بازیگران در کل فیلم است

۴) تدوین گر:



- به فرانسوی مونتر (Monteur) و به انگلیسی ادیتور (Film editor) نیز خوانده می شود.
- تدوین، کارگردانی مجدد یک فیلم محسوب می شود. به همین دلیل تدوین گر مستقیماً همراه با کارگردان مراحل تدوین را به انجام می رساند. تدوین گر به کسی گفته می شود که فیلم را تدوین می کند.
- البته تدوین با مونتاژ تفاوت دارد.
- اصطلاح مونتاژ صرفاً به مراحل فیزیکی چسباندن قطعات یک فیلم در کنار هم گفته می شود.
- در حالی که تدوین اصطلاحی فنی شامل اصول زیبایی شناسی برای کنار هم قرار دادن پلان ها است. به گونه ای که حسی خاص را در مخاطب ایجاد کرده و ریتم مورد نظر کارگردان را به بیننده منتقل نماید.



- تدوینگر باید به امور تولید اعم از کارگردانی تصویربرداری صدا برداری آشنا باشد، تا بتواند اشتباهات و یا اصلاحات را در تدوین به خوبی اعمال نماید. تدوینگر ماهر فردی است که آرشیو کاملی داشته باشد و از زیباشناسی تصویر به خوبی آگاه باشد.
- تنها پس از آن که صحنه یا نمایی کامل شد و به دفعات دیده شد، می توان پی برد که فیلم کجا و چه موقع باید برش بخورد.
- کار تدوین با ترکیب کارگردان، فیلمنامه نویس و تدوینگر انجام می گردد.
- ثانیه به ثانیه فیلم ادیت می شود. یکی از کارهای تدوین گر مونتاز فیلم است که به فیلم صدا، جلوه های ویژه، افکت و در آخر حس می دهد.



(۵) بازیگران:



- بازیگر سینما کسی است که نقش یکی از شخصیت‌های فیلم‌نامه را بازی می‌کند. بازیگر زیر نظر کارگردان و با هدایت او نقش را ایفا می‌کند. کارگردان، نحوه لباس پوشیدن، چهره‌پردازی و صحنه‌ای را که باید بازیگر در آن نقش بازی کند، تعیین می‌کند.
- بازیگران یک فیلم، **نقش کلیدی** در انتقال مفاهیم پنهان و آشکار به مخاطبان دارند.
- بازیگر کسی است که نقش‌هایی که درون فیلم‌نامه مطرح شده است را بازی می‌کند. بازیگر پوشش، نوع بیان، کارها و رفتارها، برخورد و گریم و ... زیر نظر کارگردان می‌باشد.
- همه بازیگران به کارگردان پاسخگو هستند. کارگردان به بازیگران شخصیت پردازی موجود در فیلم‌شان را می‌گوید و به آنها آموزش می‌دهد.

۶) فیلمبردار:



- مدیر فیلمبرداری گروه فیلمبرداری را هدایت می کند و به وسیله دوربین فیلمبرداری به ثبت صحنه های فیلم می پردازد. مسئولیت اصلی فیلمبردار به کارگیری دوربین فیلمبرداری برای ثبت صحنه های مورد نظر کارگردان است. فیلمبرداری اصلی ترین بخش تولید یک فیلم است و مدیر فیلمبردار شخصی کلیدی در تولید یک فیلم محسوب می شود.
- فیلمبرداری تهیه و ثبت مجموعه ای از نماهاست. نحوه فیلمبرداری، حرکت های مختلف دوربین، نحوه قرار گرفتن آن و دور یا نزدیک بودن نمادها می تواند احساسات مختلفی را به بیننده انتقال دهد.

•

- امروزه مدیر فیلمبرداری شخصاً **دوربین را کمتر** هدایت می کند و بیشتر نحوه فیلمبرداری و نورپردازی را طراحی می کند و دستیارانش طرح های او را اجرا می کنند.

در اغلب فیلم ها از چند دوربین فیلمبرداری برای ثبت تصاویر استفاده می شود و هماهنگی بین دوربین های مختلف برای استفاده درست از صحنه ها، از دیگر **وظایف مدیر فیلمبرداری** است.

- هنگام **ضبط** صحنه ها، مدیر فیلمبرداری

- علاوه بر این که خود فیلمبرداری با یک دوربین

- را برعهده دارد، گروه فیلمبرداری را نیز سرپرستی

- می کند





- کار مدیر فیلمبردار:

- ۱- نحوه فیلمبرداری (ثابت - متحرک)
- ۲- زاویه فیلمبرداری (از بالا به پایین یا برعکس)
- ۳- حرکت های مختلف فیلمبرداری
- ۴- هماهنگی بین دوربین ها

۷) طراح صحنه :



- کار طراحی صحنه **مصور کردن فیلمنامه** است. طراح صحنه باید قدرت، دانش و تکنیک تبدیل طراحی های خیالی و ذهنی کارگردان، فیلمنامه نویس یا خود را در چارچوب های واقعی دارا باشد.
- طراح صحنه مدام باید با کارگردان جهت چیدمان و دیزاین صحنه های مختلف فیلم در ارتباط باشد.

• طراح صحنه می بایست

- **خلاق** (خلق کردن دیزاینی که در ذهن کارگردان است)
- و **منعطف** (با توجه به بودجه، زمان و مکان، نظر کارگردان و فیلمنامه نویس) باشد.

۸) طراح لباس:

- مردم شناسی جزء لوازم کار طراح لباس است. رنگهای لباس بهتر است همخوان با فضای فیلم، شخصیت پردازی و نوع روابطی که فیلم می خواهد با تماشاگر برقرار کند باشد.



۹) نورپردازی:



• نورپردازی توسط مدیر فیلم برداری انجام می شود، اما کاملاً با نظر کارگردان.

• نورپردازی کمک می کند بافت ها جلوه گر شوند:

• خطوط یک صورت، ظرافت تار عنکبوت، بافت زبر چوب، درخشندگی یک قطعه جواهر و...

• فیلمساز میتواند برای نور موردنظر در صحنه، از انواع پروژکتورها و نورپردازها استفاده کند.

• مقدار، میزان و جهت نور توسط نورپرداز و با هماهنگی کارگردان صورت می گیرد. توسط نور همه چیز

مشاهده می شود، سایه می اندازد و سطح را نشان می دهد. در واقع هر چیزی را که بخواهیم دیده شود

توسط نور انجام می دهیم.

• انواع نور: ۱- نور طبیعی (بهترین نور) ۲- نور مصنوعی یا پرژکتور



۱۰) صدا:

- باید در نظر داشت که صدای سر صحنه ارجح است.
- چون اولاً فیلم یک درجه واقع گرایی بیشتری پیدا می کند
- دوم بازیگر کارش را روان تر انجام می دهد.
- سوم فیلم از یک مرحله کار فنی بیشتر یعنی دوبله
- و همچنین از عوارض منفی دوبله مثل ناهم خوانی صدا و تصویر نجات می یابد .

11: music) موسیقی)



- موسیقی فیلم مکمل تصویر، در فرایند انتقال پیام است. موسیقی فیلم قادر است احساس جدید در مخاطب ایجاد کند و در جهت روایت داستان فیلم به کار گرفته شود.
- موسیقی فیلم حس بازیگران و فضای حاکم بر فیلم را برای مخاطب تعریف می کند.
- ایجاد فضای کمیک، رعب و وحشت و یا رمانتیک بدون به کار گیری کلام و گفتار توسط بازیگران، از طریق به کار گیری موسیقی مناسب امکان پذیر است.
- موسیقی باعث زنده شدن و روح دادن به مخاطب می شود. به بیننده حس غم، شادی و ... می دهد. در واقع موسیقی مکمل تصویر است.

dialogues (۱۲) گفت و گوها)

- :دیالوگ ها بیان مستقیم پیام های پیدا و پنهان فیلم از طریق بازیگران و یا صدای روی تصویر است.



sound effects (۱۳) جلوه های صوتی)

: جلوه های صوتی در یک فیلم مکمل موسیقی هستند. انتقال فضای ذهنی به مخاطب برعهده جلوه های صوتی فیلم است.

صدای سوت قطار و حرکت بر روی ریل راه آهن، تداعی گر نزدیکی فضای فیزیکی به ریل راه آهن است

و صدای پیچ یک پزشک به اطاق عمل، تداعی گر واقع شدن یک فضای بسته در بیمارستان است.



۱۴) صدا برداری و صداگذاری:

- یکی از مهمترین مراحل تولید یک فیلم صدا برداری است.
- صدابرداری هم می تواند سر صحنه و یا پس از تولید فیلم، در فضای استودیو انجام گیرد. در این مرحله از تولید فیلم، اگر صدابرداری سرصحنه انجام شده باشد، مرحله میکس صدا تلفیقی از صدای صحنه، دیالوگ ها با صدای اصلی بازیگران و جلوه های صوتی فضای فیلمبردار انجام می گیرد و چنانچه دیالوگ ها نیاز به دوبله داشته باشد، صداگذاری از طریق میکس صداهاى ضبط شده داخل استودیو، موسیقی فیلم و جلوه های صوتی، انجام می پذیرد.

• دو نوع صدابرداری داریم:

۱. **صدابرداری سر صحنه:** واقع گرایی بیشتر / آرامش بیشتر بازیگر / طبیعی بودن فیلم / بهترین نوع صدابرداری، صدابرداری سر صحنه است / مشکلاتی که در زمان دوبله گاه رخ می دهد وجود ندارد.

۲. **دوبله**

جلوه‌های ویژه (special effects)



• (جلوه‌های ویژه در صنعت فیلم سازی به تصاویری گفته می‌شود که در زمان ساخت فیلم، ساخت آنها مشکل باشد. این صحنه‌ها به صورت واقعی کار میشوند و همه آنها توسط بدل کاران، هنرمندان، فیلمبرداران و تعدادی متخصصان مواد منفجره و ماکت سازی اجرا شده و با خود دوربین‌ها ضبط می‌شوند و بعضی از آنها بعد از ضبط کار می‌شوند. صحنه‌هایی در بعضی از فیلم‌ها وجود دارد که بازیگر اصلی نمی‌تواند آن را انجام دهد.

• جلوه ویژه دو مدل است:

• سر صحنه ۲- پس تولید

جلوه های مجازی:

- افکت هایی است که در آن لحظه بازیگران نمی توانند اجرا کنند و از **طریق کامپیوتر** صورت می گیرد. برای مثال اگر کارگردان شکل خاصی از ابر در آسمان را در نظر داشته باشد اما آن شکل در دسترس نباشد از جلوه های مجازی استفاده کرده و با رایانه شکل دلخواه را وارد آسمان تصویربرداری شده می کنند.



اما مثلا تصادفات واکثر انفجارات را

- توسط جلوه های ویژه با رعایت
- نکات ایمنی و علمی واقعا انجام
- می دهند

مراحل سه گانه تولید:



۱. **پیش تولید:** در این مرحله کلیه کارها اعم از انتخاب فیلمنامه، بازیگران، کارگردان، پیدا نمودن مکان، بودجه بندی و ... که توسط تهیه کننده صورت می گیرد، انجام می شود.

۲. **تولید و اجرای فیلم**

- **۳) پس تولید:** که گاهی بیشتر از پیش تولید زمان می برد و کارهایی نظیر مونتاژ، جلوه های ویژه، ساخت موسیقی، صدا و ... و در نهایت با انتقال فیلم بر روی ویدئو یا لوح فشرده به پایان می رسد

سواد رسانه ای



تاریخچه سواد رسانه ای:

- اولین بار مارشال مک لوهان سواد رسانه ای را مطرح کرد. (گسترش ابعاد وجودی انسانی)
- با توجه به مراحل تکوین ارتباطات (عصر شفاهی . حس شنوایی -عصر چاپ ، حس بینایی-عصر الکترونیک، حس بینایی و شنوایی) در این دوره جدید که عصر اینترنت است هم ارتباط چهره به چهره است هم چاپی و هم بصری و موضوع دهکده جهانی مطرح می شود. در حال حاضر ایمیل و ارتباطات الکترونیکی راه های ارتباطی را آسان کرده اند و همه براحتی می توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. پس اکنون گسترش ابعاد وجودی انسانی و کامل شدن انسان رخ داده است. تکامل انسانی و تکامل ارتباطی با هم رخ داده است.
- کانادا اولین کشوری است که درباره سواد رسانه ای در مدارس اطلاع رسانی کرده است.

سواد رسانه ای در ایران



• در ایران از لحاظ سواد رسانه ای ضعیف عمل کرده است.

• راهکارها:

(۱) آموزش کودکان از ابتدا لازم است. به طور مثال دیدن برخی سریال ها و فیلم ها برای کودکان ممنوع است.

(۲) باید به والدین آموزش داده شود تا از دوران کودکی به فرزندان خود سواد رسانه ای را یاد دهند تا در بزرگسالی آگاهی های لازم را کسب نموده باشند.

(۳) آموزش در در اداره ها و سازمان ها

سواد رسانه ای:

- سواد رسانه ای همانند یک رژیم غذایی است. در یک رژیم غذایی فرد هر آنچه را که برایش مفید است انتخاب کرده و به میزان مناسب با ظرفیت خود می خورد. همچنین میزبان طبق اهداف خود میز را تدارک می بیند. بنابراین می توانیم سواد رسانه ای را اینگونه تعریف کنیم: « هر رسانه ای با اهداف مورد نظر خود برنامه های خاص خود را برای مخاطب خود فراهم می سازد و رسانه با ایدئولوژی، اهداف، سیاستها و نوع جامعه ای که در آن فعالیت می کند و خط مشی خود یکسری برنامه ها را می سازد. از طرفی مخاطب با توجه به نگرش، ارزشها، باورها، سلیقه، سن، جنس، تحصیلات، فرهنگ و ... برنامه را انتخاب می کند که در واقع مواجهه، توجه، درک و نگهداشت گزینشی دارد. » سواد رسانه ای یعنی نگاهی دقیق، نقادانه و تحلیلی به کلیه وسایل ارتباط جمعی و توجه به تاثیرات آنها

تأثيرات وسائل ارتباط جمعی



رویکرد تاثیرات و سایل ارتباط جمعی



- الف) تاثیر قدرتمند رسانه ها
- (نظریه سوزن تزریقی) مخاطب منفعل
- ب) تاثیر محدود رسانه ها
- (نظریه هدفمندی) مخاطب فعال
- ج) نظریه متعادل رسانه ها
- کاتز = ۱ (توجه - درک - نگهداشت
گزینشی)
- ۲) ارتباط میان فردی
- د) بازگشت به تاثیر قدرتمند
- رسانه ها
- (ماریپیچ سکوت - الیزابت نئومان)

انواع تاثیرات وسایل ارتباط جمعی:

• **الف) تاثیرات قدرتمند رسانه ای:** پیام های ارتباط جمعی مانند گلوله یا آمپول ناخودآگاه مخاطب را بمباران کرده و تحت تاثیر قرار می دهد. این مورد نظریه گلوله ای- تزریقی را تداعی می کند.



(ب) تاثیرات محدود رسانه :

- رسانه قدرت چندانی در تغییرنگرش مخاطبان خود نداشته (جریان دو مرحله ای لازارسفلد/ جریان چند مرحله ای شرام/ نظریه استحکام)



ج) تاثیرات متعادل رسانه ای:

- کاتز معتقد است نه نظریه قدرتمند رسانه ای و نه نظریه محدود رسانه ای بلکه تاثیرات متعادل رسانه ای مدنظر است. یعنی دو عامل وجود دارد که که نشان می دهد قدرت رسانه زیاد است یا خیر؟
- (۱) مواجهه، توجه، درک و نگهداشت (گزینه‌ی ۲) ارتباطات میان فردی

- این دو عامل هر چه بیشتر عمل کنند نظریه تاثیر محدود رسانه ای نیز درست عمل کرده است یعنی با بیشتر شدن این دو عامل رسانه تاثیری محدود دارد و با کمتر شدن این دو عامل نظریه قدرتمند رسانه ای شدت می گیرد.



۱) مواجهه، توجه، درک و نگهداشت گزینشی

- وقتی انسان، مواجهه (هر چه رسانه نشان داد شخص خود را در برابر آن قرار ندهد بلکه گزینش کند یعنی برنامه های رسانه را گزینش، برخورد، نگاه و حفظ کند) توجه (هر آنچه در رسانه ارائه شد درک، حفظ و در ذهن نگهداشته نشود و مرور نکنیم در واقع با دقت نگاه کردن توجه است) درک و نگهداشت گزینشی داشته باشد و همچنین سواد رسانه ای شخص هم زیاد باشد و خود را در مواجهه با برنامه ها قرار ندهد، توجه نکند، درک و نگذاشت هم نکند پس قدرت رسانه کاهش یافته و تاثیر قدرتمند رسانه کم می شود. حال چنانچه شخص خود را در معرض همه برنامه ها قرار دهد هم مواجهه، توجه، درک و نگهداشت گزینشی اتفاق می افتد، که گاهی برخی افراد ادعا می کنند که نگهداشت در آنها رخ نداده است، که این موضوع کاملاً غیرممکن است و در هر صورت برنامه بر روی مخاطب تاثیر می گذارد. کسی که مدعی سواد رسانه ایست نباید با هر برنامه ای مواجه شود و چنانچه شد به آن توجه نکند و یا درک و نگهداشت رخ ندهد.

(۲) ارتباطات میان فردی:

- گفتگوهایی که پس از مشاهده یک برنامه تلویزیونی در میان عامه مردم رخ می دهد سبب می شود، نظر برخی افراد نسبت به آن موضوعی که از رسانه دریافت کرده اند، تغییر کند. پس ممکن است تاثیر رسانه بر روی یک شخص جور دیگری باشد که با ارتباطات میان فردی نظر وی تغییر می کند.



- در نتیجه با دو عامل فوق می توان گفت رسانه می تواند تاثیر قدرتمند یا محدود بر مخاطب داشته باشد. هر چه این دو عامل با یکدیگر هماهنگ تر باشند و بیشتر عمل کند، قدرت رسانه هم محدودتر است و بر عکس.

•

ج) بازگشت به تاثیر قدرتمند رسانه ها

(مارپیچ سکوت - الیزابت نئومان)

- یکی از نظریه‌هایی که بیش از بسیاری از نظریه‌های دیگر به رسانه‌های جمعی قدرت می‌دهد (نظریه مارپیچ سکوت است که الیزابت نئول نئومان (۱۹۷۳-۱۹۸۰) آن را مدون کرده است. استدلال نئول- نئومان این است که رسانه‌های جمعی حتماً بر افکار عمومی اثرهای قوی دارند اما این اثرها به خاطر محدودیت‌های پژوهش، در گذشته کم اهمیت شمرده شده یا کشف نشده باقی مانده است.
- نئول- نئومان استدلال می‌کند که سه ویژگی ارتباط جمعی، یعنی تراکم، همه جایی بودن و هم صدایی در ایجاد اثرهای قوی بر افکار عمومی با هم ترکیب می‌شوند.
- هم صدایی به تصویر هم شکلی از رویداد یا موضوعی که می‌توان توسعه داد اشاره دارد و اغلب میان روزنامه‌های مختلف مجلات، شبکه‌های تلویزیون و رسانه‌های دیگر مشترک است. اثر هم صدایی این است که بر مواجهه گزینشی غلبه می‌کند تا افراد نتوانند پیام دیگری را انتخاب کنند و نشان دهنده این گمان است که بیشتر افراد به گونه‌ای به موضوع نگاه می‌کنند که رسانه‌های جمعی آن را عرضه می‌دارند.

مارپیچ سکوت - الیزابت نئومان

- عامل دیگری که وارد عمل می‌شود مارپیچ سکوت است. در خصوص یک موضوع مناقشه برانگیز، افراد درباره توزیع افکار عمومی حدس‌هایی می‌زنند، آنها سعی می‌کنند

تعیین نمایند

- آیا در اکثریت قرار دارند یا خیر
- و سپس سعی می‌کنند تعیین کنند
- آیا تغییر افکار عمومی در جهت موافق با آنهاست یا خیر.
- اگر احساس کنند در اقلیت قرار دارند تمایل پیدا می‌کنند که درباره موضوع سکوت کنند
- و اگر هم فکر کنند تغییر افکار عمومی در جهت فاصله گرفتن از آنهاست گرایش پیدا می‌کنند در خصوص موضوع ساکت بمانند

بازنمایی



- جنس
- مذهب
- نژاد

تبلیغات



- برای تبلیغات مانند هر پدیده اجتماعی
- دیگر تعاریف زیادی شده است مانند:

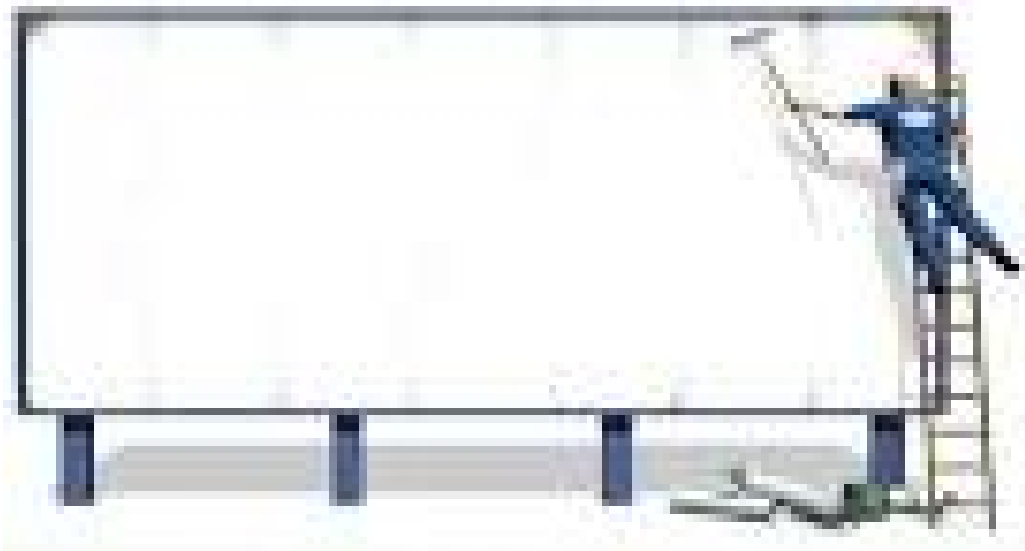
- «تبلیغ تکنیکی است که برای تاثیر گذاری بر رفتار انسان بوسیله استفاده ماهرانه از نمادها و نشانه ها توسط فرد یا در گروه اعمال می شود.»
- تعریف ارائه شده ۸ عنصر وجود دارد که بایستی مورد بررسی قرار می گیرد :

عناصر تعریف

- چیستی؟ تکنیک یا جمیع اقداماتی که برنامه ریزی می شود
- هدف؟ شاید بتوان گفت در ورای هر تبلیغ ۳ هدف نهفته است . نفوذ ،
متقاعد کردن و قبولاندن (امتناع) دگرگون کردن ، ویران کردن
- چگونه؟ مستقیم یا غیر مستقیم
- محتوای؟ و تبلیغ محتوایی دارد ، افکار ، عقاید ، ارزشها ، تمایلات
- مخاطب؟ فرد یا افراد ، ملتها ، توده ها
- وسیله؟ نمادها ، نشانه ها و ...
- از سوی چه کسی؟ فرد ، گروه ، نظام ، موسسه
- شرط؟ مشروط به چه

ابزارهای تبلیغاتی

- هر وسیله‌ای که پیام دهنده برای انتقال پیام به گیرنده بهره می‌گیرد و روابط عمومی در استفاده از ابزارهای تبلیغاتی هیچ محدودیتی ندارند



نسل جدید تبلیغات

- (۱) تلویزیون های شهری (۲) تابلوهای دیجیتال



تبلیغات نسل جدید

- محاسن نسل جدید تبلیغات
- ماندگار تر، جذاب تر، نمایش و حجم بیشتر اطلاعات، زیبایی شهر
- معایب: هزینه بر و...



تبلیغات سنتی

- محاسن تبلیغات سنتی:
- کم هزینه ، قابلیت حمل و نقل ساده و..
- معایب : جذابیت کم تر ، ماندگاری کم ، یکبار مصرف و ...



ویژگی های تبلیغات :



- ۱- يك سويه بودن ارتباط مبلغ (منبع) با مخاطب؛
- ۲- مشروعیت استفاده از راهها و ابزارهاي مختلف براي رسيدن به هدف؛
- ۳- توجه صرف به منافع سازمان يا منبع؛
- ۴/ دستکاری اطلاعات در جریان تبلیغ؛
- ۵- تحمیل عقاید به مخاطب ؛
- ۶- توجه به اقناع در شکل متعالي تبلیغ.

قالب های تبلیغاتی روابط عمومی

(۱) قالب گفتاری: تبلیغات چهره به چهره، روضه خوانی، قصه خوانی و ...

(۲) قالب نوشتاری:

(۳) الف (تمبر های تبلیغاتی

ب) هدایای تبلیغاتی (مطالب تبلیغاتی روی کالا ها)-

ج) **تبلیغات محیطی** (تبلیغات روی وسایل حمل و نقل ، دیوار شهر - بروشور - کاتولوگ - بنر - بیلبرد - پوستر - پلاکارد یا پارچه نویسی - تراکت و ...

د) مطبوعات

۳) قالب دیداری: نقاشی - عکاسی - انیمیشن

4) ابزارهای دیجیتالی : تلفن- اس ام اس - سینما - ماهواره- شبکه های اجتماعی و ...



بروشور



کاتولوج



بیلبرد



نظر



تراکت

Saba
Saba Group

صبا

وبلاگه ایزم انوار

بازارهای جهانی

- آموزش زبان انگلیسی
- سرگرمی و بازی
- مباحثه و فرهنگ
- تفریح و اخبار
- مستند و تاریخ
- سرگرمی و بازی
- اخبار و فرهنگ
- اخبار و اخبار

بازارهای جهانی

بازارهای جهانی

بازارهای جهانی

جلسه مشاوره رایگان ۰۲۱۷۳۳۰۰۰۰۰۰۰۰

تحصیل در ایتالیا با کمترین هزینه

پذیرش دانشجو در کلیه رشته ها به ویژه

رشته های معماری و هنر

آمادگی مدارک برای اخذ اقامت ایتالیایی و

ترجمان VISA STUDIARE

ESPRESSO 1-2

به صورت گروهی و فشرده

آمادگی مدارک برای اخذ اقامت ایتالیایی و

ترجمان VISA STUDIARE

ESPRESSO 1-2

۰۲۱۷۳۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰

پوسٽر



گرافیک محیطی:

- امروزه گرافیک بعنوان یکی از مهمترین عوامل تبلیغ، پیام رسانی و نشر دانش سیاسی، اجتماعی و فرهنگی می باشد و درجوامع پیشرفته از مهمترین ارکان تشکیل دهنده یک زندگی اجتماعی است. طراحی گرافیک در اعلان های تبلیغاتی و تجاری تلویزیون، سینما، بسته بندی کالاها، علائم راهنمایی و رانندگی، ویتترین مغازه ها، تزیین خیابانی و مکان عمومی نظیر هتل ها، فرودگاهها و مترو ها، رستوران ها و پارک ها، ها و تبلیغات فروشگاه ها و اماکن مختلف ورزشی هنری و فرهنگی، نوشته بدنه ساختمان ها و وسایل نقلیه مثل اتوبوس ها، ترن ها و هواپیماها بیل بردها و گرافیک در ابعاد بزرگ و نقاشی دیواری، پیکتو گرام ها و علائم نمادین، نقش عمده ای دارد

- **گرافیک محیطی** به عنوان یکی از شاخه های گرافیک در رسیدن به اهداف بالا نقش بسزائی دارد، و بخش عمده ای از فعالیت های تبلیغاتی و تجاری را در بر می گیرد.
- محیط اطراف ما خانه ای که در آن زندگی می کنیم خیابانی که در آن تردد می کنیم فضای سبزی که در آن قدم می زنیم، پارکی که برای تفریح به آنجا می رویم، همه نیاز به برقراری روابط منطقی فرمی و روابط سازمان بندی دقیق بر مبنای اصول و مبانی بیان بصری دارند.
- انسان به واسطه گرافیک محیطی با محیط پیرامون خود سخن می گوید، و با دیگران ارتباط برقرار می کند.
- گرافیک محیطی در ایجاد فضایی مطلوب و دلنشین برای افراد جامعه نقش موثر دارد.

- محیط مناسب یعنی فضایی که بشر در آن بتواند فارغ از فشارهای ناخواسته روانی رشد کرده و شکوفا شود و این از خواسته های عقلانی و منطقی هر جامعه است. گرافیک محیط زیبایی بصری و نظم و هماهنگی مطلوب فضا است .
- مقصود از تمام طرح های گرافیکی برای محیط داخلی و خارجی ایجاد فضایی برای زندگی پر نشاط و سالم و قانع کننده است گرافیک محیطی را می توان به دو گونه گرافیک محیطی دو بعدی یا مسطح و سه بعدی یا حجمی تقسیم کرد .
- مشخص کردن یک مکان از مکانی دیگر، زیبا سازی، نظم و انسجام بخشیدن به فضای شهری و گسترش حیطه فعالیت هنر گرافیک، از اهداف گرافیک محیطی به شمار می رود

گرافیک محیطی می تواند جنبه های مختلفی داشته باشد :



- جنبه اطلاع رسانی
- و یا حالت تاکید
- و یا هشدار نسبت به موضوعی داشته باشد .
- جنبه اجتماعی داشته باشد، مانند تبلیغات بر علیه مصرف سیگار در سطح شهر
- جنبه زیبایی و هنری و صرفا زیبا سازی محیط را داشته باشد.
- رنگ، نور، شکل، خط، نقطه، سطح، بافت و فضا به کمک آنها می آیند تا اثری مطلوب و زیبا پدید آید



NEW
HAND TOSSED PIZZA
BIG ON TASTE
DONATOS

© CLEAR CHANNEL

005603















انواع هنر



- از نظر ارتباط با مخاطبین هنر به سه دسته تقسیم می شود:
- ۱. هنر متعالی: هنری است که مربوط به جوشش استعدادها، درونی یک هنرمند می شود، دارای پیچیدگی است و برای همه قابل فهم نیست، پیروان آن کمتر است، گرانقیمت است، محدود است، قابل دسترسی نیست، مخاطب کمتری از آن لذت می برد، بیشتر مربوط به قشر نخبه، دانشمندان، هنرمندان و پولدار جامعه است، تخصص و انفرادی است.
- ۲. هنر عامه پسند: مربوط به قشر متوسط به بالایی جامعه است، سرگرم کننده است، مردمی است، مخاطب را ارضاء می کند، هزینه کمی دارد، قابل دسترسی است، نیاز به جمع مخاطبان دارد، تخصص نیاز ندارد.

انواع هنر

- ۳. هنر مبتذل: فقط و فقط تجاری است، سطح بسیار پایینی دارد، از لحاظ مخاطب بعد از هنر عامه پسند قرار دارد، رسانه ها برای بدست آوردن منابع مالی و استمرار آن وابسته به آگهی، تبلیغات و بازخورد هستند بنابراین نیاز دارند که مخاطبانشان زیاد شوند، بنابراین روی به هنر مبتذل و هنر عامه پسند می آورند.

ویژگیهای هنر از نظر ویکتوریا الکساندر

- ۱. یک فرآورده است، ملموس، شنیدنی و یا دیدنی است.
- ۲. دارای هستی ارتباط است. یعنی هر هنر دارای مخاطب است.
- ۳. برای لذت تجربه می شود. لذت زیباشناختی تا سرگرمی و....
- ۴. هنر یک قالب بیانگرانه است.
- ۵. هنر بر اساس زمینه موقعیت، خواه مادی و خواه اجتماعی اش شکل می گیرد واقعی مرتبط می شود تفسیری را عرضه میکند.

• (موفق باشید)